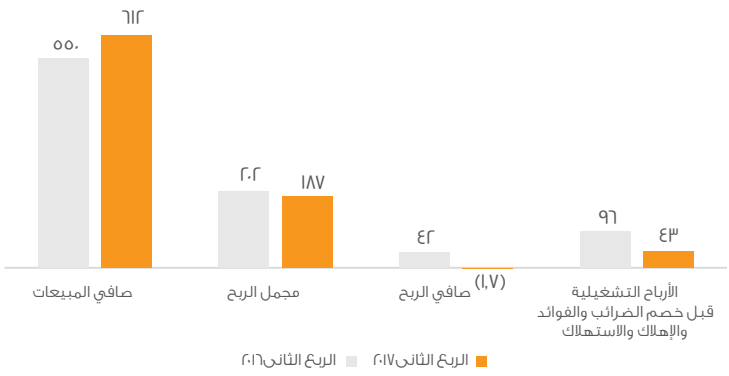
إيديتا للصناعات الغذائية تعلن نتائج الفترة المالية المنتهية في ٣٠ يونيو ٢٠١٧

الشركة ترصد نمو الإيرادات بمعدل سنوي ١١,٢٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ رغم التحديات الاقتصادية الراهنة ومعها التباطؤ الموسمي لمبيعات الربع الثاني؛ وتراجع صافي الربح بسبب تضخم هيكل التكاليف وارتفاع مصروفات التمويل

أبرز المؤشرات المالية | الربع الثانى ٢٠١٧

الإيرادات	مجمل الربح
٦١١,٦ مليون جنيه نمو سنوي ١١,٢٪ ▲	١٨٦,٦ مليون جنيه انخفاض سنوي ٧,٧٪ ▼
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)	**صافي الخسائر**
٤٣,٠ مليون جنيه انخفاض سنوي ٥٥,٤٪ ▼	١,٧ مليون جنيه

مؤشرات الأداء المالي | الربع الثاني ٢٠١٧
(مليون جم)



ملخص قائمة الدخل (مليون جم)	الربع الثاني ٢٠١٦	الربع الثاني ٢٠١٧	التغيير(٪)	٦ أشهر ٢٠١٦	٦ أشهر ٢٠١٧	التغيير(٪)
الإيرادات	٥٥٠,٢	٦١١,٦	١١,٢٪	١,٠٦٨,٣	١,٢٥٤,١	١٧,٤٪
مجمل الربح	٢٠٢,١	١٨٦,٦	٧,٧٪-	٤٠٧,٨	٤٠٦,٤	٠,٣٪-
هامش الربح الإجمالي	٣٦,٧٪	٣٠,٥٪		٣٨,٢٪	٣٢,٤٪	
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك	٩٦,٣	٤٣,٠	٥٥,٤٪-	٢١١,١	١٣٧,٤	٣٤,٩٪-
هامش الأرباح التشغيلية	١٧,٥٪	٧,٠٪		١٩,٨٪	١١,٠٪	
صافي الربح	٤١,٦	١,٧-	--	٧٤,٣	٣٨,٧	٤٧,٩٪-
هامش صافي الربح	٧,٦٪	٠,٣٪-		٧,٠٪	٣,١٪	

يستعرض هذا التقرير نتائج الشركة باستخدام المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS). ويمكن الاطلاع على المقارنات مقابل معايير المحاسبة المصرية عبر زيارة قسم التسويات بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

نبذة عن نتائج الفترة المالية المنتهية في ٣٠ يونيو ٢٠١٧

أعلنت اليوم شركة «إيديتا للصناعات الغذائية» (كود البورصة المصرية EFID.CA، وبورصة لندن EFID.L) – الرائدة بصناعة الأغذية الخفيفة المعبأة آليًا في مصر – عن النتائج المالية والتشغيلية للفترة المالية المنتهية في ٣٠ يونيو ٢٠١٧، حيث بلغت الإيرادات ١,٢٥ مليار جنيه تقريبًا خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٧,٤٪، ونتج عن ذلك صافي ربح قدره ٣٨,٧ مليون جنيه.

وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت الإيرادات ٦١١,٦ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ١١,٢٪ رغم التباطؤ الموسمي خلال الربع الثاني الذي يتسم عادة بتراجع الطلب على الأغذية الخفيفة المعبأة آليا نظرًا لتزامنه مع شهر رمضان الكريم. وقد تكبدت الشركة صافي خسائر قدرها ١,٧ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ نظرًا للضغوط التضخمية على هيكل التكاليف وكذلك الزيادة الملحوظة في المصروفات التمويلية في ظل تحديات المشهد الاقتصادي خلال الفترة الماضية.

وترى الإدارة أن نمو الإيرادات رغم التحديات غير المسبوقة التي تخيم حاليًا على المشهد الاقتصادي وكذلك التباطؤ الموسمي خلال الربع الثاني، يرجع بالمقام الأول إلى المردود الإيجابي لاستراتيجية زيادة الأسعار التي أثمرت عن ارتفاع متوسط سعر المنتجات بنسبة ١٢٣,٥٪ منذ إطلاق الاستراتيجية في سبتمبر ٢٠١٥. وقد تمكنت شركة إيديتا بفضل هذه الاستراتيجية من الحفاظ على درجة من التقارب بين أسعار منتجاتها ومستويات التضخم غير المسبوقة التي تخيم على السوق المصري في ظل اتجاه الحكومة لتنفيذ برنامج الإصلاحات الاقتصادية، ومن بينها إقرار ضريبة القيمة المضافة وتحرير سعر صرف الجنيه في نوفمبر ٢٠١٦ إلى جانب تخفيض مخصصات دعم الطاقة بصورة تدريجية. تجدر الإشارة إلى ارتفاع متوسط سعر المنتجات بمعدل ٨٠,٩٪ خلال الربع الثاني منفردًا.

وقد بلغ حجم المبيعات ١٥,٤ ألف طن خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بمعدل ٤٠,١٪، ودون تغير ملحوظ مقابل ١٥,٦ ألف طن خلال الربع السابق رغم التباطؤ الموسمي المعتاد خلال الربع الثاني نظرًا لتزامنه مع شهر رمضان الكريم. ويعكس ذلك قوة الطلب على منتجات إيديتا رغم زيادة الأسعار مؤخرًا بمقتضى الاستراتيجية التي تتبناها الإدارة لمواصلة النمو ودعم هامش الربح على المدى البعيد.

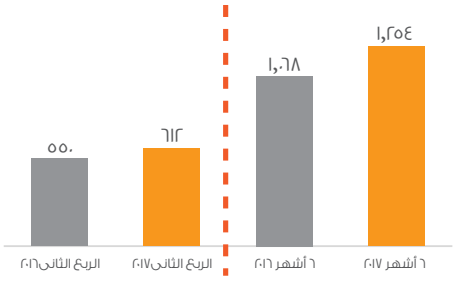
وتضع الشركة على رأس أولوياتها تنمية حجم المبيعات، مع ترسيخ ريادة إيديتا بأكبر حصة سوقية على الساحة المحلية، وبالتالي تتطلع الإدارة إلى إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة باستخدام وفورات الطاقة الإنتاجية، مع التركيز على إطلاق المنتجات ذات هامش الربح المرتفع. كما تعكف الإدارة في الوقت ذاته على إنعاش الطلب بمجموعة من المنتجات الجديدة ذات الفئات السعرية المتنوعة سعيًا لتلبية احتياجات جميع فئات المجتمع.

وقد نجحت إيديتا في تنمية حصتها السوقية وفقًا لأحدث البيانات الصادرة خلال شهر إبريل ٢٠١٧، حيث ارتفعت الحصة السوقية في قطاع الكيك لتبلغ ٥٧,٢٪ (مقابل ٥٦,٩٪ خلال إبريل ٢٠١٦)، وارتفعت أيضا الحصة السوقية في قطاع المقرمشات لتبلغ ٤٧,٨٪ (مقابل ٣٧,٠٪ خلال إبريل ٢٠١٦)، وبلغت الحصة السوقية ٩,٢٪ في قطاع الويفر (مقابل ٧,٨٪ خلال إبريل ٢٠١٦)، كما حافظت الشركة على صدارتها في قطاع الحلويات بحصة سوقية ١٧,٦٪ (مقابل ١١,٢٪ خلال إبريل ٢٠١٦). ومن ناحية أخرى بلغت الحصة السوقية في قطاع الكرواسون ٦٠,٤٪ خلال أبريل ٢٠١٧، مقابل ٧١,٦٪ خلال إبريل ٢٠١٦، ودون تغير ملحوظ مقابل فبراير ٢٠١٧.

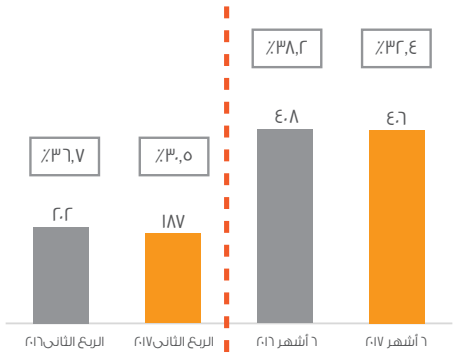
وعلى صعيد النتائج المالية بلغت إيرادات قطاع الكيك ٦٨١,٧ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٦,٩٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت إيرادات قطاع الكيك ٣٣٠,٦ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٠,٠٪. ويعكس ذلك ارتفاع متوسط سعر الوحدات البيعية بمعدل ٨٦,٨٪ مما ساهم في تعويض تراجع حجم المبيعات بمعدل سنوي ٣٤,١٪. وقد شهد حجم المبيعات تراجعًا طفيفاً بنسبة ٤,١٪ فقط مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٧، رغم الطبيعة الموسمية الحساسة لهذا القطاع بالتزامن مع شهر رمضان الكريم.

وبلغت إيرادات قطاع الكرواسون ٣٠٣,٥ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو تراجع سنوي بمعدل ١٥,٠٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت إيرادات قطاع الكرواسون ١٥٧,١ مليون جنيه وهو انخفاض سنوي بمعدل ١٥,٦٪ نتيجة تراجع حجم المبيعات بنسبة ٥٣,١٪ في ظل زيادات الأسعار التي قامت الشركة بتمريرها خلال شهري أكتوبر وديسمبر ٢٠١٦ بعد ما يقرب من ١٠ سنوات دون تحريك الأسعار. ويذكر أن حجم المبيعات بدأ في التعافي على أساس ربع سنوي، حيث ارتفع حجم المبيعات بنسبة ٩,٠٪ مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٧.

الإيرادات
(مليون جم)



مجمل الربح
(مليون جم، الهامش ٪)



وبلغت إيرادات قطاع الويفر ٨١,٥ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بنسبة ٨٠,٠٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت إيرادات الويفر ٤٢,٩ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ١١٩,١٪ بفضل زيادة أسعار الوحدات البيعية وارتفاع حجم المبيعات بنسبة ٤,٠٪ في ضوء المردود الإيجابي لحملة تحديث العلامة التجارية لمنتجات فريسكا خلال الربع الأول من العام الجاري. وبناءً على ذلك ارتفعت مساهمة القطاع إلى ٧,٠٪ من إجمالي الإيرادات خلال الربع الثاني مقابل ٣,٦٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

وبلغت إيرادات قطاع المقرمشات ١٠٧,٣ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٩,٤٪. وخلال الربع الثاني منفردًا تراجعت إيرادات قطاع المقرمشات بمعدل سنوي ٦,٩٪ لتبلغ ٤١,٢ مليون جنيه بسبب التباطؤ الموسمي لهذا القطاع خلال أشهر الربع الثاني، غير أن زيادة متوسط أسعار الوحدات البيعية قد ساهم بشكل جزئي في تعويض التراجع الذي شهده حجم المبيعات بمعدل سنوي ٤٥,٥٪. ومن ناحية أخرى حقق قطاع الحلويات نموًا قويًا خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، حيث بلغت إيرادات القطاع ٣٧,٥ مليون جنيه وهو نمو بمعدل سنوي ٦٨,١٪، وارتفعت الإيرادات أيضًا خلال النصف الأول إلى ٧٧,٧ مليون جنيه وهو نمو بمعدل سنوي ٦٤,٤٪.

وبلغت تكلفة المبيعات ٨٤٧,٦ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٨,٣٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت تكلفة المبيعات ٤٢٥,٠ مليون جنيه بزيادة سنوية ٢٢,١٪، نظرًا للضغوط التضخمية التي خيمت على المشهد الاقتصادي في مصر خلال الفترة الماضية والتي وصلت إلى مستويات قياسية خلال الربع الثاني. كما أدى تراجع قيمة الجنيه المصري إلى تضاعف تكلفة الخامات المستوردة وكذلك ارتفاع تكلفة مدخلات الإنتاج المحلية التي يدخل في تصنيعها بعض الخامات المستوردة، حيث بلغت تكلفة الخامات المباشرة ٣٢٨,٠ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٢٥,٩٪. ويعادل ذلك ٥٣,٦٪ من إجمالي إيرادات إيديتا مقابل ٤٧,٣٪ خلال الربع الثاني من ٢٠١٦. وقد استقرت نسبة مصروفات الأنشطة الصناعية من إجمالي الإيرادات عند ١٣,٠٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، علمًا بأن مصروفات الأنشطة الصناعية تمثل ثاني أكبر مساهم في تكلفة المبيعات.

وبلغ مجمل الربح ٤٠٦,٤ مليون جينه خلال النصف الأول من العام الحالي دون تغير ملحوظ مقابل ٤٠٧,٨ مليون جنيه خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٢,٤٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغ مجمل الربح ١٨٦,٦ مليون جنيه وهو انخفاض سنوي بمعدل ٧,٧٪. وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٠,٥٪ مقابل ٣٦,٧٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي.

وبلغت المصروفات العمومية والإدارية ٣٠٨,٦ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٣٣,٩٪. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت المصروفات العمومية والإدارية ١٦٢,٩ مليون جنيه، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٣٢,٢٪. ويعكس ذلك ارتفاع مصروفات الدعاية والتسويق بنسبة ٥١,٦٪ لتبلغ ٥٥,٧ مليون جنيه مقابل ٣٦,٨ مليون جنيه خلال الربع الثاني من ٢٠١٦، حيث قامت الشركة بتوجيه أغلب نفقات التسويق خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧ لدعم وترويج المنتجات الجديدة بالحملات الإعلانية المكثفة، علمًا بأن الإدارة تتوقع تراجع معدل الإنفاق على الدعاية والتسويق خلال النصف الثاني من العام. على هذه الخلفية بلغ إجمالي مصروفات الدعاية والتسويق ١٠٥,٠ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، مقابل ٦٤,٥ مليون جنيه خلال العام الماضي.

وبلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ١٣٧,٤ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بنسبة ٣٤,٩٪، بينما بلغ هامش الأرباح التشغيلية ١١,٠٪ مقابل ١٩,٨٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. وخلال الربع الثاني منفردًا، بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ٤٣,٠ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بمعدل ٥٥,٤٪ نظرًا لارتفاع المصروفات البيعية والعمومية والإدارية.

تجدر الإشارة إلى أن مصروفات الفائدة تضاعفت لتبلغ ٥٠,٥ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، كما سجلت زيادة ملحوظة بمعدل ٩٢,٦٪ لتبلغ ٢٧,٧ مليون جنيه خلال الربع الثاني منفردًا، وهو ما يعكس ارتفاع سعر الفائدة بواقع ٣٠٠ نقطة أساس مطلع نوفمبر الماضي بالتزامن مع تعويم الجنيه. وعلى هذه الخلفية بلغ صافي الربح ٣٨,٧ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، بينما تكبدت إيديتا صافي خسائر قدرها ١,٧ مليون جنيه خلال الربع الثاني منفردًا.

وعلى الصعيد التشغيلي، تمضي الشركة قدمًا بتنفيذ توسعات الطاقة الإنتاجية مع طرح مجموعة الوحدات البيعية الجديدة، حيث قامت بإطلاق المصنع الجديد E08 وبدأت تشغيل أول خطوط الإنتاج بالمصنع خلال يوليو ٢٠١٧، وذلك لإنتاج الويفر بقدرة إنتاجية تبلغ ٣,٣ ألف طن سنويًا. ومن المقرر أن تبلغ المساحة الإجمالية للمرحلة الأولى ٢٢ ألف متر مربع على أن تضم ٥ خطوط إنتاج جديدة.

وقد بدأ النشاط الإنتاجي بالخط الجديد مع إطلاق منتج «فريسكا فينجرز»، وهو ويفر محشو بالكريمة ومتوفر في ثلاث نكهات مختلفة بسعر ٣ جنيهات للعبوة. كما تقوم الشركة حاليًا بتركيب خط جديد لإنتاج الكيك بالمصنع الجديد E08 على أن يبدأ الإنتاج خلال النصف الثاني من ٢٠١٧. وسوف يعزز المصنع الجديد من قدرة الشركة على التوسع بباقة المنتجات إلى جانب تقديم وحدات بيعية جديدة باستخدام خطوط الإنتاج الحالية. بالإضافة إلى ذلك، تسعى الشركة إلى إنعاش الطلب بمجموعة من المنتجات الجديدة ذات الفئات السعرية المتنوعة سعيًا لتلبية احتياجات جميع فئات المجتمع، حيث قامت مؤخرًا بإطلاق ثلاثة منتجات جديدة بسعر ١ جنيه للعبوة، وذلك لملائمة القوة الشرائية للمستهلكين خارج المدن والمحافظات الكبرى، ويشمل ذلك كرواسون مولتو بكريمة الشوكولاتة والبندق، بالإضافة إلى منتجين جديدتين تحت علامة هوهوز (كيك ملفوف ومحشو بالشوكولاتة أو الجيلي بطعم الفراولة والكريمة).

رؤية استراتيجية

عكفت إيديتا خلال العامين الماضيين على تطبيق استراتيجية زيادة الأسعار ودعم باقة المنتجات سعيًا للتأقلم مع التحولات الجذرية التي طرأت على المشهد الاقتصادي المصري خلال الفترة الماضية مما أدى إلى ارتفاع معدلات التضخم إلى مستويات غير مسبوقة. وكان ذلك من أبرز العوامل التي دفعت الشركة إلى التعجيل بتنفيذ استراتيجية زيادة الأسعار مما أثمر عن نمو إجمالي الإيرادات ودعم هامش الربح خلال الفترة الماضية، وأثمر في نفس الوقت عن ترسيخ المكانة السوقية الرائدة التي تنفرد بها إيديتا. كما تعتزم الشركة توظيف الخبرات التي يحظى بها قطاع البحث والتطوير في تنفيذ أهدافها الاستراتيجية على المدى البعيد عبر إطلاق المزيد من المنتجات الابتكارية الجديدة والجذابة ذات هامش الربح المرتفع وهو ما يمنح الشركة ميزة تنافسية كبيرة.

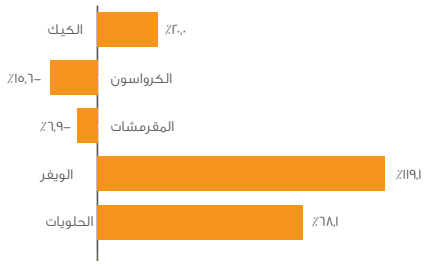
وعلى هذه الخلفية تركز الشركة حاليًا على تنمية حجم المبيعات وزيادة الطاقة التشغيلية لخطوط الإنتاج عبر مواصلة إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة ذات هامش الربح المرتفع سعيًا لتعظيم الاستفادة من قطاعات السوق الرئيسية، وكذلك استحداث المزيد من المنتجات المتميزة بتنوع فئاتها السعرية من أجل تلبية احتياجات جميع فئات المجتمع وبالتالي ترسيخ ريادة الشركة. كما تضع الإدارة على رأس أولوياتها تعظيم الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف في إطار مساعيها الرامية إلى تعظيم معدلات الربحية على المدى البعيد.

ومن جانب آخر تعكف إيديتا على تحسين كفاءة منظومة التوزيع وتنمية الانتشار الجغرافي في أنحاء الجمهورية وفي نفس الوقت تنمية إيرادات نقاط البيع بالتجزئة على حساب تجار الجملة، مما سيمكن الشركة من الاقتراب قدر المستطاع من نبض السوق ومعرفة التوجهات السائدة وبالتالي تعزيز حصتها السوقية، فضلاً عن الاستفادة من سرعة تقبل زيادة الأسعار بين تجار التجزئة على خلاف تجار الجملة.

وتضع إيديتا نصب عينيها التوسعات الإقليمية كأحد الأولويات الاستراتيجية لتنمية الإيرادات بالعملة الأجنبية مع تعزيز مكانة الشركة في أسواق الأغذية الخفيفة المعبأة آليا بالمنطقة. كما تواصل الشركة تحسين الكفاءة التشغيلية بالأسواق التي تتواجد بها حاليا وكذلك تقييم ودراسة فرص التوسع المحتملة في الأسواق التصديرية الجديدة من خلال ضخ استثمارات مباشرة وغيرها من سبل التوسع غير المباشرة في السوق المحلية وأسواق التصدير.

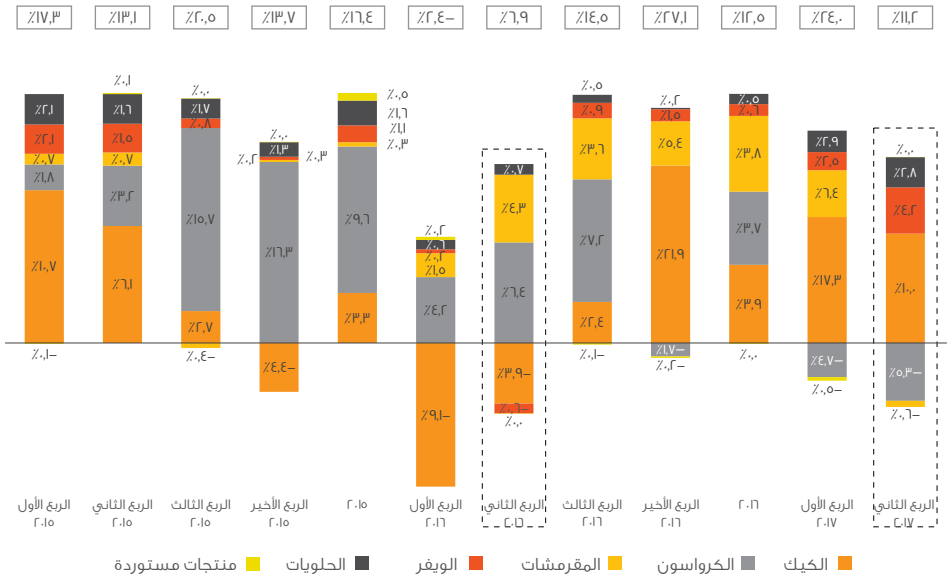
نظرة عامة على أداء القطاعات التشغيلية

معدل نمو الإيرادات | الربع الثاني ٢٠١٧

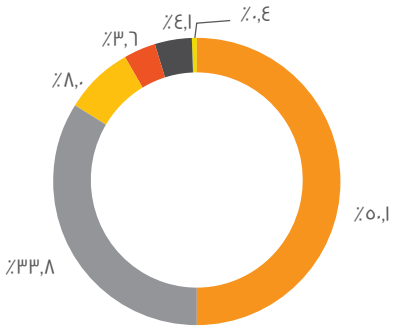


يعكس ارتفاع الإيرادات نمو مبيعات الكيك بمعدل سنوي ٢٠,٠٪ خلال الربع الثاني منفردًا، وهو ما يمثل ٥٤,١٪ من إجمالي الإيرادات خلال نفس الفترة، علمًا بأن قطاع الكيك ساهم منفردًا بحوالي ٦٠٪ من معدل نمو الإيرادات خلال الربع الثاني. كما ارتفعت إيرادات قطاع الويفر بمعدل ١١٩,١٪ (حوالي ٢٥٪ من معدل نمو الإيرادات)، وارتفعت أيضًا إيرادات قطاع الحلويات بمعدل ٦٨,١٪ (حوالي ١٦٪ من معدل نمو الإيرادات). ومن جانب آخر بلغت إيرادات قطاع الكرواسون ١٥٧,١ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بمعدل ١٥,٦٪، حيث أن تباطؤ المبيعات خلال الربع الثاني تجاوز المردود الإيجابي لزيادة أسعار المنتجات خلال الفترة الماضية. وبلغت إيرادات قطاع المقرمشات ٤١,٢ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بنسبة ٦,٩٪ -- الأمر الذي يعكس تراجع الطلب الموسمي خلال الربع الثاني ولاسيما خلال شهر رمضان الكريم، غير أن إيرادات قطاع المقرمشات ارتفعت بنسبة ٣٩,٤٪ لتبلغ ١٠٧,٣ مليون جنيه خلال النصف الأول من العام الجاري. وعلى هذه الخلفية ارتفعت الإيرادات بمعدل سنوي ١٧,٤٪ لتبلغ ١,٢٥ مليار جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وذلك في ضوء الأداء القوي لقطاع الكيك، مدعومًا بتحسن الأداء المالي لقطاعات المقرمشات والويفر والحلويات خلال نفس الفترة.

مساهمة القطاعات التشغيلية في إجمالي الإيرادات

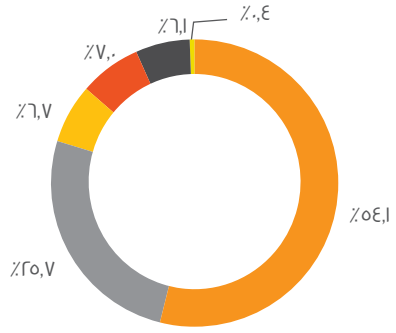


توزيع الإيرادات
الربع الثاني ٢٠١٦ (مليون جم)



الكيك	٢٧٥,٦
الكرواسون	١٨٦,٢
المقرمشات	٤٤,٣
الويفر	١٩,٦
الحلويات	٢٢,٣
منتجات مستوردة	٢,٣

توزيع الإيرادات
الربع الثاني ٢٠١٧ (مليون جم)



الكيك	٣٣٠,٦
الكرواسون	١٥٧,١
المقرمشات	٤١,٢
الويفر	٤٢,٩
الحلويات	٣٧,٥
منتجات مستوردة	٢,٣

تقرير نتائج الأعمال | الفترة المالية المنتهية في ٣٠ يونيو ٢٠١٧

القاهرة في ٢٦ يوليو ٢٠١٧

وقد قامت إيديتا بزيادة متوسط أسعار البيع بنسبة ٨٠,٩٪ مما عوض تراجع حجم المبيعات خلال الربع الثاني، حيث انخفض حجم المبيعات بمعدل سنوي ٤٠,١٪ ليبلغ ١٥,٤ ألف طن في ظل تراجع مبيعات جميع القطاعات باستثناء قطاع الويفر الذي ارتفعت مبيعاته بنسبة ٤,٠٪ لتبلغ ٠,٧ ألف طن خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧. وتجدر الإشارة إلى تحسن حجم المبيعات مقارنة بالربع السابق رغم التباطؤ الموسمي خلال شهر رمضان، حيث رصدت الشركة نمو مبيعات الكرواسون لتبلغ ٤,٤ ألف طن وهو ارتفاع بنسبة ٩,٠٪ مقابل الربع الأول من عام ٢٠١٧. وعلى هذه الخلفية بلغ حجم المبيعات الإجمالي ٣١,٠ ألف طن خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض بنسبة ٣٨,٧٪ مقابل النصف الأول من عام ٢٠١٦.

متوسط أسعار المصنع

جم	الربع الثاني ٢٠١٦	الربع الثاني ٢٠١٧	التغيير (٪)	٦ أشهر ٢٠١٦	٦ أشهر ٢٠١٧	التغيير (٪)
الكيك	٠,٧٠	١,٣١	٨٦,٨٪	٠,٦٩	١,٣٣	٩٢,٤٪
الكرواسون	٠,٩٣	١,٥٧	٦٩,٥٪	٠,٩٢	١,٦١	٧٦,١٪
المقرمشات	٠,٨٣	١,٧٢	١٠٧,٥٪	٠,٨٣	١,٧١	١٠٦,٨٪
الويفر	٠,٧٥	١,٥٦	١٠٨,٣٪	٠,٧٥	١,٥٧	١٠٧,٦٪
الحلويات	١,٦٨	٢,٠٨	٢٣,٦٪	١,٥١	٢,٠٨	٣٨,١٪
متوسط إيديتا	٠,٨٠	١,٤٥	٨٠,٩٪	٠,٧٩	١,٤٧	٨٥,٩٪

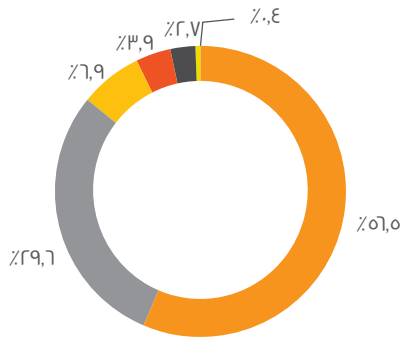
توزيع الإيرادات وحجم المبيعات

	الربع الثاني ٢٠١٦			الربع الثاني ٢٠١٧		
	صافي المبيعات (مليون جم)	عدد العبوات (مليون)	حجم المبيعات (ألف طن)	صافي المبيعات (مليون جم)	عدد العبوات (مليون)	حجم المبيعات (ألف طن)
الكيك	٢٧٦	٣٩٤	١٢,٧	٣٣١	٢٥٣	٨,٤
الكرواسون	١٨٦	٢٠١	٩,٤	١٥٧	١٠٠	٤,٤
المقرمشات	٤٤	٥٣	١,٩	٤١	٢٤	١,٠
الويفر	٢٠	٢٦	٠,٧	٤٣	٢٧	٠,٧
الحلويات	٢٢	١٣	١,٠	٣٨	١٨	٠,٩
منتجات مستوردة	٢	–	–	٢	٠	–
الإجمالي	٥٥٠	٦٨٨	٢٥,٧	٦١٢	٤٢٣	١٥,٤

	٦ أشهر ٢٠١٦			٦ أشهر ٢٠١٧		
	صافي المبيعات (مليون جم)	عدد العبوات (مليون)	حجم المبيعات (ألف طن)	صافي المبيعات (مليون جم)	عدد العبوات (مليون)	حجم المبيعات (ألف طن)
الكيك	٥٣٧	٧٧٨	٢٥,٤	٦٨٢	٥١٣	١٧,١
الكرواسون	٣٥٧	٣٩٠	١٨,٢	٣٠٤	١٨٨	٨,٥
المقرمشات	٧٧	٩٣	٣,٢	١٠٧	٦٣	٢,٣
الويفر	٤٥	٦٠	١,٦	٨١	٥٢	١,٤
الحلويات	٤٧	٣١	٢,١	٧٨	٣٧	١,٧
منتجات مستوردة	٥	–	–	٢	٠	–
الإجمالي	١,٠٦٨	١,٣٥٢	٥٠,٦	١,٢٥٤	٨٥٤	٣١,٠

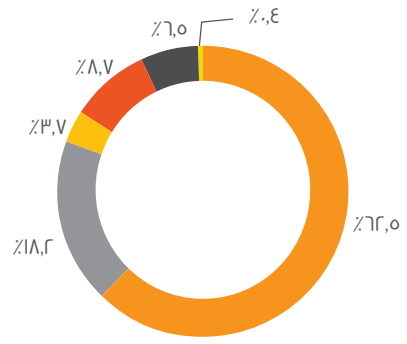
وبلغ مجمل الربح ١٨٦,٦ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بمعدل ٧,٧٪ نتيجة تراجع حجم المبيعات إلى جانب تأثير الضغوط التضخمية على هيكل التكاليف، غير أن الشركة نجحت في الحفاظ على استقرار مجمل الربح خلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧، حيث بلغ مجمل الربح ٤٠٦,٤ مليون جنيه مقابل ٤٠٧,٨ مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام الماضي. كما نجحت الشركة في الحفاظ على هامش الربح الإجمالي عند ٣٠,٥٪ خلال الربع الثاني منفردًا، و٣٢,٤٪ خلال النصف الأول من العام الجاري.

توزيع مجمل الربح حسب القطاع
الربع الثاني ٢٠١٦ (مليون جم)



الكيك	١١٤,٢
الكرواسون	٥٩,٨
المقرمشات	١٤,٠
الويفر	٨,٠
الحلويات	٥,٤
منتجات مستوردة	٠,٨

توزيع مجمل الربح حسب القطاع
الربع الثاني ٢٠١٧ (مليون جم)



الكيك	١١٦,٥
الكرواسون	٣٤,٠
المقرمشات	٦,٩
الويفر	١٦,٢
الحلويات	١٢,٢
منتجات مستوردة	٠,٨

الكيك

مثلت مساهمة قطاع الكيك نصيب الأسد من إيرادات الشركة خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، حيث بلغت مساهمته ٣٣٠,٦ مليون جنيه أو ما يعادل ٥٤,١٪ من إجمالي الإيرادات (٥٠,١٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦)، وهو نمو بمعدل سنوي ٢٠,٠٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧. ويعكس نمو الإيرادات المردود الإيجابي لزيادة متوسط أسعار الوحدات البيعية بنسبة ٨٦,٨٪ ليبلغ ١,٣١ جنيه للعبوة، مما عوض تراجع حجم المبيعات بنسبة ٣٤,١٪ ليبلغ ٨,٤ ألف طن خلال الربع الثاني منفردًا. وعلى أساس ربع سنوي انخفض حجم المبيعات بنسبة ٤,١٪ مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٧، وهو تحسن كبير مقابل الانخفاض البالغ ٤٨,٧٪ خلال الربع السابق تأثرًا بزيادات الأسعار المتتالية التي قامت الشركة بتمريرها خلال ديسمبر ٢٠١٦. وخلال النصف الأول كاملاً بلغت إيرادات قطاع الكيك ٦٨١,٧ مليون جنيه بزيادة سنوية ٢٦,٩٪، رغم انخفاض حجم المبيعات بنسبة ٣٢,٧٪ . كما ارتفع متوسط أسعار البيع بمعدل سنوي ٩٢,٤٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧.

وتسعى الشركة إلى تنمية المبيعات لمعدلاتها السابقة عبر مواصلة إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة باستخدام وفورات الطاقة الإنتاجية مع التركيز على إطلاق المنتجات ذات هامش الربح المرتفع، وكذلك إطلاق الوحدات البيعية الجديدة من المنتجات الحالية بكافة فئاتها السعرية. كما تعمل الشركة على تنمية حصتها السوقية من خلال خدمة شريحة واسعة من جمهور المستهلكين، مستفيدة من كفاءة منظومة التوزيع وتنوع الفئات السعرية لتلبية احتياجات جميع فئات المجتمع، حيث قامت مؤخرًا بإطلاق منتجين جديدين تحت علامة هوهوز بسعر ١ جم للعبوة (كيك ملفوف ومحشو بالشوكولاتة أو الجيلي بطعم الفراولة والكريمة). وتواصل إيديتا احتلالها مرتبة الصدارة بسوق الكيك، حيث نجحت في تنمية حصتها السوقية إلى ٥٧,٢٪ خلال أبريل ٢٠١٧ مقابل ٥٦,٩٪ خلال أبريل من العام الماضي.

وبلغ مجمل الربح ١١٦,٥ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦، وهو ارتفاع سنوي بنسبة ٢,٠٪. وانخفض هامش الربح الإجمالي إلى ٣٥,٢٪ مقابل ٤١,٤٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦، نظرًا لارتفاع أسعار الخامات المباشرة المستوردة بعد تعويم الجنيه وكذلك ارتفاع تكاليف الخامات المحلية التي يدخل في تصنيعها مكونات مستوردة بالعملة الأجنبية. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٢٤٤,٦ مليون جنيه بزيادة سنوية ٧,٤٪، غير أن هامش الربح الإجمالي تراجع إلى ٣٥,٩٪ مقابل ٤٢,٤٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦.

الكرواسون

بلغت إيرادات قطاع الكرواسون ١٥٧,١ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بمعدل ١٥,٦٪ نظرًا لتراجع حجم المبيعات بعد زيادة أسعار البيع في أكتوبر الماضي ثم مرة أخرى في ديسمبر بعد مرور ما يقرب من ١٠ سنوات دون تحريك الأسعار . وقد تراجع حجم المبيعات بنسبة ٥٣,١٪ ليبلغ ٤,٤ ألف طن خلال الربع الثاني من العام الجاري، وصاحب ذلك زيادة أسعار البيع بنسبة ٦٩,٥٪ لتبلغ ١,٥٧ جنيه للعبوة. وعلى أساس ربع سنوي ارتفعت الإيرادات بنسبة ٧,٢٪ مقارنة بالربع الأول من عام ٢٠١٧، وارتفع كذلك حجم المبيعات بنسبة ٩,٠٪ خلال نفس الفترة، وذلك بعد التراجع خلال الربع الأول بنسبة ٥٥,٥٪ عن الربع الأخير من عام ٢٠١٦. وخلال النصف الأول كاملاً، بلغت الإيرادات ٣٠٣,٥ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بنسبة ١٥,٠٪. ويمثل ذلك ٢٤,٢٪ من إجمالي إيرادات الشركة مقابل ٣٣,٤٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦.

وتواصل الشركة جهودها الرامية إلى تنمية حجم المبيعات عبر إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة تركيزًا على تقديم المنتجات ذات هامش الربح المرتفع، إلى جانب إطلاق وحدات بيعية جديدة ونكهات إضافية من مختلف منتجات الكرواسون لخدمة الشرائح الاستهلاكية المتعددة. وواصلت إيديتا استراتيجيتها الرامية إلى تقديم المنتجات الجديدة والتي شهدت إطلاق مولتو باتيه خلال مارس ٢٠١٦ ومولتو ميني مكس خلال الربع الأول من العام الجاري بسعر ٣ جنيه للعبوة، كما قامت الشركة مؤخرًا بإطلاق منتج مولتو بكريمة الشوكولاتة والبندق بسعر ١ جنيه للعبوة، وهو ما يعكس حرص الشركة على خدمة شريحة واسعة من المستهلكين وتنمية انتشارها بالمناطق البعيدة عن المدن الرئيسية، علمًا بأن حصة الشركة بسوق الكرواسون بلغت ٦٠,٤٪ خلال أبريل ٢٠١٧.

بلغ مجمل الربح ٣٤,٠ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بنسبة ٤٣,١٪، وصاحب ذلك تراجع هامش الربح الإجمالي إلى ٢١,٦٪ مقابل ٣٢,١٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦. ويعكس ذلك انخفاض حجم المبيعات وكذلك تأثير تعويم الجنيه على زيادة أسعار الخامات المستوردة التي تدخل في إنتاج الكرواسون. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل الربح ٧٤,٠ مليون جنيه، وهو تراجع سنوي بنسبة ٣٩,٢٪. وبلغ هامش الربح الإجمالي ٢٤,٤٪ مقابل ٣٤,١٪ خلال النصف الأول من العام الماضي.

المقرمشات

بلغت إيرادات قطاع المقرمشات ٤١,٢ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ وهو انخاض سنوي بمعدل ٦,٩٪. ويمثل ذلك ٦,٧٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٨,٠٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي. ويعكس ذلك تراجع حجم المبيعات بنسبة ٤٥,٥٪ ليبلغ ألف طن خلال الربع الثاني، علمًا بأن الشركة قامت بزيادة متوسط أسعار منتجات المقرمشات بواقع ١٠٧,٥٪ ليبلغ ١,٧٢ جنيه للعبوة. وخلال النصف الأول من عام ٢٠١٧ ارتفعت الإيرادات بمعدل سنوي ٣٩,٤٪ لتبلغ ١٠٧,٣ مليون جنيه، ويمثل ذلك ٨,٦٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٧,٢٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦. وعلاوةً على ذلك نجحت الشركة في تنمية حصتها بسوق المقرمشات لتبلغ ٤٧,٨٪ في أبريل ٢٠١٧ مقابل ٣٧,٠٪ خلال أبريل ٢٠١٦.

وبلغ مجمل الربح ٦,٩ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو تراجع سنوي بنسبة ٥٠,٧٪ في ظل انخفاض حجم المبيعات. وانخفض أيضًا هامش الربح الإجمالي إلى ١٦,٧٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ مقابل ٣١,٦٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. وخلال النصف الأول كاملاً ارتفع مجمل الربح بمعدل سنوي ١٤,٢٪ ليبلغ ٢٧,٣ مليون جنيه، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٢٥,٤٪ مقابل ٣١,٠٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦.

الويفر

حقق قطاع الويفر أداءً متميزًا خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، حيث تضاعفت الإيرادات لتبلغ ٤٢,٩ مليون جنيه، ويمثل ذلك ٧,٠٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٣,٦٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦. ويرجع الفضل في نمو الإيرادات إلى زيادة متوسط أسعار البيع بنسبة ١٠٨,٣٪ لتبلغ ١,٥٦ جنيه للعبوة، بالإضافة إلى نمو حجم المبيعات بمعدل سنوي ٤,٠٪ ليبلغ ٠,٧ ألف طن، فضلاً عن المردود الإيجابي للحملة التسويقية التي أطلقتها الشركة بنهاية الربع الأول من عام ٢٠١٧ لتحديث علامة فريسكا. وتجدر الإشارة إلى أن الخط الجديد الذي قامت إيديتا بتركيبه في مصنع E08 بدأ النشاط الإنتاجي خلال يوليو ٢٠١٧ بالتزامن مع إطلاق منتج فريسكا فينجرز، وهو الويفر المحشو بالكريمة والمتوفر في ثلاث نكهات متنوعة ويبلغ سعره ٣ جنيه للعبوة. وخلال النصف الأول من عام ٢٠١٧ بلغت الإيرادات ٨١,٥ مليون جنيه بزيادة سنوية ٨٠,٠٪، وبلغت مساهمة القطاع ٦,٥٪ من إجمالي إيرادات إيديتا مقابل ٤,٢٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦. كما ارتفعت حصة الشركة بسوق الويفر إلى ٩,٢٪ خلال أبريل ٢٠١٧ مقابل ٧,٨٪ خلال أبريل من العام الماضي.

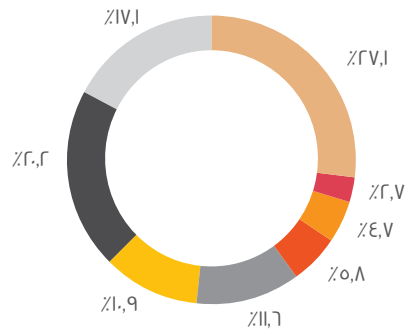
ارتفع مجمل الربح بمعدل سنوي ١٠٣,٢٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ ليبلغ ١٦,٢ مليون جنيه، غير أن هامش الربح الإجمالي بلغ ٣٧,٨٪ مقابل ٤٠,٧٪ خلال الربع الثاني من العام الماضي. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ مجمل ربح القطاع ٣١,٩ مليون جنيه بزيادة قدرها ٦٦,٠٪، وبلغ هامش الربح الإجمالي ٣٩,١٪ مقابل ٤٢,٤٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦.

الحلويات

حقق قطاع الحلويات أداءً قويًا خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، حيث قفزت الإيرادات بمعدل سنوي ٦٨,١٪ لتبلغ ٣٧,٥ مليون جنيه، وبلغت مساهمة القطاع ٦,١٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٤,١٪ خلال الربع الثاني من العام الماضي. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ ارتفعت الإيرادات بمعدل سنوي ٦٤,٤٪ لتبلغ ٧٧,٧ مليون جنيه بفضل زيادة أسعار المنتجات بنسبة ٣٨,١٪ خلال فترة النصف الأول من عام ٢٠١٧ (٢٣,٦٪ خلال الربع الثاني منفردًا). كما نجحت إيديتا في ترسيخ ريادتها بسوق الحلويات، حيث ارتفعت حصتها السوقية بواقع ٦ نقاط أساس لتبلغ ١٧,٦٪ خلال أبريل ٢٠١٧.

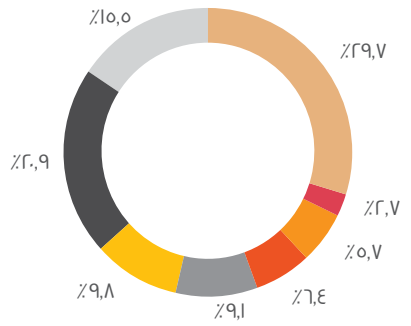
بلغ مجمل الربح ١٢,٢ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٢٧,٤٪، وصاحب ذلك ارتفاع هامش الربح الإجمالي إلى ٣٢,٥٪ مقابل ٢٤,٠٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦. وخلال النصف الأول من عام ٢٠١٧ ارتفع مجمل الربح بنسبة سنوية ١٠٤,٨٪ ليبلغ ٢٧,٩ مليون جنيه، وارتفع هامش الربح الإجمالي بواقع سبع نقاط أساس ليبلغ ٣٦,٠٪ خلال نفس الفترة.

توزيع الخامات الرئيسية
الربع الثاني ٢٠١٦



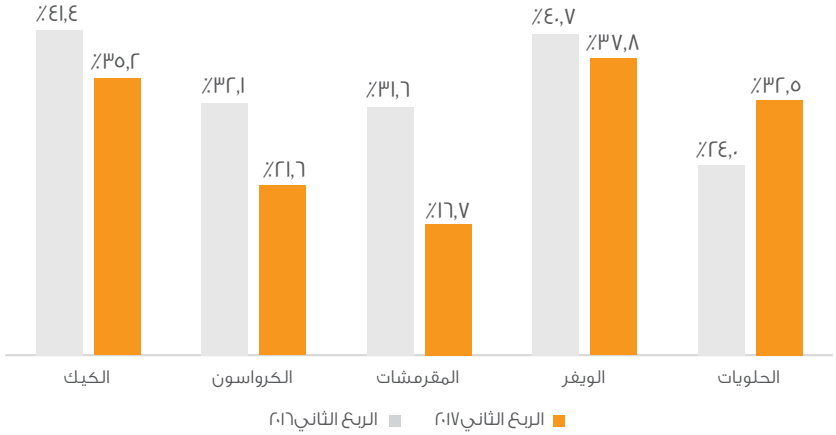
- خامات التعبئة
- حليب بودرة
- كاكاو
- بيض
- دقيق
- سكر
- زيوت ومواد دهنية
- خامات أخرى

توزيع الخامات الرئيسية
الربع الثاني ٢٠١٧



- خامات التعبئة
- حليب بودرة
- كاكاو
- بيض
- دقيق
- سكر
- زيوت ومواد دهنية
- خامات أخرى

هامش الربح الإجمالي



تكلفة المبيعات [١]

بلغت تكلفة المبيعات ٤٢٥,٠ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، بزيادة سنوية ٢٢,١٪، وبلغ معدل تكلفة المبيعات إلى الإيرادات ٦٩,٥٪ خلال نفس الفترة (مقابل ٦٣,٣٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦). ويعكس ارتفاع تكلفة المبيعات تأثير الضغوط التضخمية التي خيمت على المشهد الاقتصادي بعد تعويم الجنيه خلال نوفمبر الماضي وتأثير ذلك على هيكل التكاليف. وخلال أول ستة أشهر بلغت تكلفة المبيعات ٨٤٧,٦ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ٢٨,٣٪، فيما بلغ معدل تكلفة المبيعات إلى الإيرادات ٦٧,٦٪ (مقابل ٦١,٨٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦).

وبلغت تكلفة الخامات المباشرة ٣٢٨,٠ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٢٥,٩٪، علمًا بان الخامات المباشرة تعد المساهم الرئيسي في تكلفة المبيعات بحصة ٧٧,٢٪. كما أدى تراجع قيمة الجنيه المصري إلى تضاعف تكلفة الخامات المستوردة بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة مدخلات الإنتاج المحلية التي يدخل في تصنيعها بعض الخامات المستوردة، فضلاً عن ارتفاع تكلفة الخامات المباشرة بوجه عام بعد إقرار ضريبة القيمة المضافة خلال سبتمبر ٢٠١٦. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت تكلفة الخامات المباشرة ٦٥٤,٩ مليون جنيه، وهو نمو سنوي بمعدل ٣٢,٥٪ مقابل ٤٩٤,٣ مليون جنيه خلال نفس الفترة من العام الماضي.

ومن جانب آخر بلغت مصروفات الأنشطة الصناعية ٧٩,٥ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ١٠,٧٪، علمًا بأن مصروفات الأنشطة الصناعية تمثل ثاني أكبر مساهم في تكلفة المبيعات بنسبة ١٨,٧٪ (مقابل ٢٠,٦٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦). وقد استقرت نسبة مصروفات الأنشطة الصناعية إلى الإيرادات عند ١٣,٠٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو تغير طفيف مقابل ١٣,١٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي، بفضل المرونة التي تحظى بها الشركة في المواءمة بين مصروفات الأنشطة الصناعية والتغيرات التي تطرأ على معدلات الطاقة التشغيلية. وخلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ بلغت مصروفات الأنشطة الصناعية ١٥٧,٣ مليون جنيه بزيادة سنوية ١٦,٣٪، في حين بلغت نسبة مصروفات الأنشطة الصناعية إلى الإيرادات ١٢,٥٪ مقابل ١٢,٧٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦.

مصروفات تشغيلية أخرى [٢]

تنقسم المصروفات التشغيلية الأخرى إلى ثلاث مجموعات رئيسية، وهي مصروفات البيع والتوزيع، ومصروفات الدعاية والتسويق، والمصروفات العمومية والإدارية. وقد بلغ إجمالي المصروفات الأخرى ١٦٢,٩ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٣٢,٢٪، وبما يمثل ٢٦,٦٪ من إجمالي الإيرادات. وخلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ إجمالي المصروفات التشغيلية ٣٠٨,٦ مليون جنيه، مقابل ٢٣٠,٥ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦.

(١) تقسيم القطاعات مستمد من تقرير إدارة الشركة.

(٢) تقسيم المبيعات والمصاريف الادارية والعمومية مستمد من المعلومات الواردة من إدارة الشركة لضمان الدقة في حساب مصروفات إيديتا وكيفية انعكاس ذلك على عملياتها.

وسجلت مصروفات الدعاية والتسويق ارتفاعًا بنسبة ٥١,٦٪ لتبلغ ٥٥,٧ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، ويمثل ذلك ٩,١٪ من إيرادات الشركة مقابل ٦,٧٪ خلال الربع الثاني من ٢٠١٦. ويعكس ذلك توجيه أغلب نفقات التسويق لعام ٢٠١٧ خلال النصف الأول من العام بسبب إطلاق الحملات الإعلانية المكثفة لترويج المنتجات الجديدة، وبالتالي تتوقع الإدارة تراجع معدل الإنفاق على الدعاية والتسويق خلال النصف الثاني من العام. وخلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧ بلغ إجمالي مصروفات الدعاية والتسويق ١٠٥,٠ مليون جنيه، وهو ارتفاع بمعدل سنوي ٦٢,٩٪ مقابل نفس الفترة من عام ٢٠١٦.

بلغت مصروفات البيع والتوزيع ٥٥,٩ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٢٤,٩٪ مقابل ٤٤,٨ مليون جنيه خلال الربع الثاني من ٢٠١٦، وبما يمثل ٩,١٪ من إجمالي الإيرادات (٨,١٪ خلال الربع الثاني من ٢٠١٦). ويرجع ذلك الارتفاع إلى الزيادة الدورية في أجور ورواتب الموظفين بالإضافة إلى بدلات غلاء المعيشة من أجل تعويض الأثر الناجم عن الضغوط التضخمية. وخلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧، ارتفعت مصروفات البيع والتوزيع بمعدل سنوي ٢٤,٨٪ لتبلغ ١٠٧,٧ مليون جنيه.

وبلغت المصروفات العمومية والإدارية ٥١,٢ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ارتفاع سنوي بمعدل ٢٢,٨٪ وبما يمثل ٨,٤٪ من إجمالي الإيرادات (٧,٦٪ خلال الربع الثاني من ٢٠١٦). وخلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغت المصروفات العمومية والإدارية ٩٥,٩ مليون جنيه وهو ارتفاع سنوي بنسبة ٢٠,٣٪ وبما يمثل ٧,٦٪ من إجمالي الإيرادات مقابل ٧,٥٪ خلال العام الماضي.

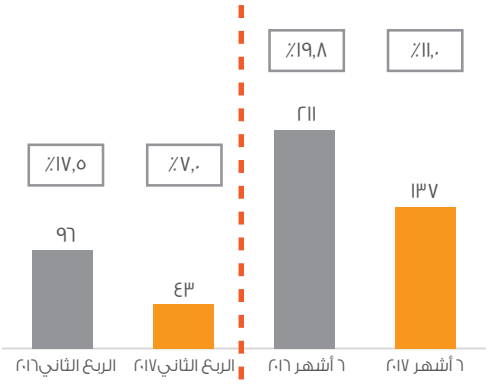
ومن ناحية أخرى، تراجعت أرباح النشاط إلى ١٤,٢ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو انخفاض سنوي بنسبة ٧٩,٥٪، وصاحب ذلك تراجع أرباح النشاط بمعدل سنوي ٤٩,٧٪ خلال النصف الأول من العام الجاري، حيث بلغت ٧٩,٠ مليون جنيه.

الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك

بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ٤٣,٠ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو تراجع سنوي بمعدل ٥٥,٤٪، ونتج عن ذلك تراجع هامش الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك إلى ٧,٠٪. ويعكس ذلك زيادة مصروفات الدعاية والتسويق لدعم وتعزيز باقة المنتجات الجديدة التي أطلقتها الشركة مطلع العام الحالي، فضلًا عن الضغوط التضخمية التي خيمت على المشهد الاقتصادي خلال الفترة الماضية وألقت بظلالها على هيكل التكاليف والمصروفات.

وخلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧، بلغت الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ١٣٧,٤ مليون جنيه، وهو انخفاض سنوي بنسبة ٣٤,٩٪، بينما بلغ هامش الأرباح التشغيلية ١١,٠٪.

معدل نمو الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (مليون جم / الهامش ٪)

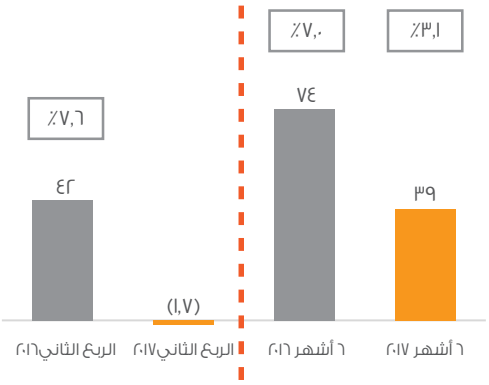


صافي الربح

تكبدت إيديتا صافي خسائر بقيمة ١,٧ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ على خلفية ارتفاع المصروفات العمومية والإدارية وارتفاع تكلفة الخامات المباشرة فضلًا عن الزيادة الملحوظة في مصروفات الفائدة بمعدل سنوي ٩٢,٦٪ لتبلغ ٢٧,٧ مليون جنيه نتيجة رفع أسعار الفائدة بمقدار ٣٠٠ نقطة أساس مما أسفر عن زيادة مصروفات الديون المقومة بالجنيه المصري. ومن جهة أخرى تكبدت الشركة خسائر فروق العملة بقيمة ٨,٩ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ مقابل خسائر بقيمة ٣ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦.

وعلى هذه الخلفية تراجع صافي الربح بمعدل سنوي ٤٧,٩٪ ليبلغ ٣٨,٧ مليون جنيه خلال أول ٦ أشهر من عام ٢٠١٧، في حين بلغ هامش صافي الربح ٣,١٪.

معدل نمو صافي الربح (مليون جم / الهامش ٪)



الميزانية

بلغ إجمالي الأصول ٢,٦ مليار جنيه في ٣٠ يونيو ٢٠١٧، ويشمل ذلك أصولًا ثابتة بقيمة ١,٨ مليار جنيه منها مشروعات تحت التنفيذ بقيمة ٤٦٦,٨ مليون جنيه.

بلغ إجمالي النفقات الرأسمالية ٣١٧,٤ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، تشمل تكاليف الإنشاءات الجارية بالمصنع الجديد E08 بقيمة ١٣٩,٣ مليون جنيه، وجزء من تكاليف إنشاء صالة جديدة في مصنع E15 بمبلغ ٣,٣ مليون جنيه. كما تضمنت النفقات الرأسمالية تكاليف بقيمة ١٠٣,٥ مليون جنيه متعلقة بخطوط الإنتاج الجديدة بقطاعي الويفر والكيك، وأخيرًا تكاليف بقيمة ١,٧ مليون جنيه متعلقة بالخط الجديد الذي تم إطلاقه في نوفمبر ٢٠١٦ لإنتاج المصاصات.

وقد نجحت الشركة في الحفاظ على مستويات مرتفعة من السيولة النقدية، حيث بلغت النقدية وما في حكمها (بما في ذلك أذون الخزانة) ٣٠٣,٢ مليون جنيه بنهاية يونيو ٢٠١٧، وبما يمثل ١١,٥٪ من إجمالي أصول الشركة. وبلغت الأرصدة المدينة من العمليات التجارية وأوراق القبض الأخرى ١٦,٣ مليون جنيه، وهو ما يعكس التزام الشركة بسياسة التحصيل النقدي لـ٩٧٪ من قيمة المبيعات. ومن جانب آخر بلغت الأرصدة الدائنة من العمليات التجارية وأوراق الدفع الأخرى ٢٦٥,١ مليون جنيه بنهاية النصف الأول من ٢٠١٧.

بلغ الجزء المستحق على الالتزامات طويلة الأجل ٢٤٠,١ مليون جنيه في نهاية يونيو ٢٠١٧ مقابل ١٤٦,٢ مليون جنيه نهاية عام ٢٠١٦، فيما ارتفعت قيمة القروض طويلة الأجل إلى ٦٢٥,٨ مليون جنيه مقابل ٥٢٧,٨ مليون جنيه بنهاية عام ٢٠١٦. وبلغ إجمالي حقوق الملكية ١,٠٤ مليار جنيه في ٣٠ يونيو ٢٠١٧، كما بلغ إجمالي ديون شركة إيديتا ٨٨٠,٧ مليون جنيه مقابل ٦٣١,٩ مليون جنيه بنهاية عام ٢٠١٦.

التسوية بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير

تتمثل أبرز الاختلافات بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية في أسلوب احتساب نصيب أرباح العاملين، حيث يتم معاملة أرباح العاملين باعتبارها ضمن مصروفات الشركة باستخدام المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، بينما يتم حسابها ضمن توزيعات الأرباح عند اتباع معايير المحاسبة المصرية، وبالتالي لا يمكن إدراجها ضمن بنود قائمة الدخل. بالإضافة إلى ذلك، هناك اختلاف في كيفية احتساب الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك بين معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

ففي النصف الأول من عام ٢٠١٧ تم إضافة خسائر فروق العملة بقيمة ١٣,١ مليون جنيه إلى بند الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك وفقا للمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية، مع خصم مبلغ ٧٣٧,٢ ألف جنيه في صورة مكاسب من بيع الأصول الثابتة. وتشمل التسويات الأخرى خصم ١٦,٢ مليون جنيه نصيب أرباح العاملين، وبالتالي بلغت التسويات الناتجة عن اختلاف معايير المحاسبة على بند الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك ٣,٨ مليون جنيه.

وفيما يلي مقارنة بين القوائم المالية خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧ باستخدام معايير المحاسبة المصرية والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية.

مليون جنيه مصري	معايير المحاسبة المصرية ٦ أشهر ٢٠١٧	إعادة تبويب	المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية ٦ أشهر ٢٠١٧
صافي المبيعات	**١,٢٥٤,١**	–	**١,٢٥٤,١**
تكلفة المبيعات (بخلاف مصروفات الأنشطة الصناعية)	٦٩٠,٣		٦٩٠,٣
مصروفات الأنشطة الصناعية	١٥٠,٨		١٥٧,٣
إجمالي تكلفة المبيعات	٨٤١,١	٦,٥	٨٤٧,٦
مجمل الربح	**٤١٣,٠**	**(٦,٥)**	**٤٠٦,٤**
هامش الربح الإجمالي	٪٣٢,٩		٪٣٢,٤
مصروفات البيع والتوزيع	١٠٣,٥	٤,٢	١٠٧,٧
مصروفات الدعاية والتسويق	١٠٥,٠	–	١٠٥,٠
مصروفات عمومية وإدارية	٩٠,٤	٥,٥	٩٥,٩
مصروفات تشغيلية أخرى	١٨,٨	–	١٨,٨
أرباح النشاط	**٩٥,٢**	**(١٦,٢)**	**٧٩,٠**
هامش أرباح النشاط	٪٧,٦		٪٦,٣
الأرباح قبل خصم الضرائب	**٥٧,٧**	**(١٦,٢)**	**٤١,٥**
ضرائب الدخل	٢,٨	–	٢,٨
صافي الربح خصم الضرائب	**٥٤,٩**	**(١٦,٢)**	**٣٨,٧**
هامش صافي الربح بعد خصم الضرائب	٪٤,٤		٪٣,١
الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك (EBITDA)	**١٤١,٣**	**(٣,٨)**	**١٣٧,٤**
هامش الأرباح التشغيلية قبل خصم الضرائب والفوائد والإهلاك والاستهلاك	٪١١,٣		٪١١,٠

أبرز مستجدات الأسواق التي تنافس بها الشركة

أظهرت أحدث الإحصاءات التي أجرتها وكالة نيلسون لأبحاث التسويق خلال أبريل ٢٠١٧ نمو حجم سوق الأغذية الخفيفة المصري بمعدل سنوي ٨,٤٪ ليبلغ حجمه ٥,١ مليار جنيه، رغم التحديات التي هيمنت على المشهد الاقتصادي خلال الفترة الماضية وأدت إلى تراجع القوة الشرائية لدى المستهلكين بوجه عام.

بلغ حجم سوق الكيك ٨٦٣,٥ مليون جنيه بنهاية أبريل ٢٠١٧، ويمثل ذلك نموًا سنويًا بمعدل ٣١,١٪. واحتلت شركة إيديتا مرتبة الصدارة في أسواق الكيك، حيث بلغت حصتها السوقية ٥٧,٢٪ (مقابل ٥٦,٩٪ خلال أول ٤ أشهر من عام ٢٠١٦)، وذلك بفضل مواصلة إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة في هذا القطاع الحيوي.

وشهد سوق الكرواسون المعبأ آليًا نموًا سنويًا بمعدل ١٠,٧٪ ليبلغ ٤١٦,٥ مليون جنيه خلال الشهور الأربعة الأولى من ٢٠١٧، ورغم تراجع الحصة السوقية للشركة إلى ٦٠,٤٪ بنهاية أبريل ٢٠١٧ مقابل ٧١,٦٪ خلال نفس الفترة من العام السابق غير أنها لا تزال عند مستويات مستقرة مقارنة بشهر فبراير ٢٠١٧. وتعكف الشركة حاليًا على توظيف ريادتها السوقية لتعديل أسعار الكرواسون المعبأ آليًا، حيث قامت بتمرير زيادتين متتاليتين أواخر عام ٢٠١٦.

وقد كان سوق المقرمشات الشريحة الأسرع نموًا بقطاع الأغذية الخفيفة، حيث بلغ حجمه ٢١٣,٨ مليون جنيه بحلول أبريل ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ٦٦,٠٪. وتمثل شريحة المقرمشات ٧,١٪ من سوق التسالي المالحة، مقابل ٤,٦٪ بنهاية أبريل ٢٠١٦. ورصدت شركة إيديتا نمو حصتها السوقية بهذا القطاع الواعد إلى ٤٧,٨٪ مقابل ٣٧,٠٪ خلال أبريل ٢٠١٦، بفضل مضاعفة الطاقة الإنتاجية بقطاع المقرمشات أواخر عام ٢٠١٥ لتلبية الطلب غير المستوفي بهذا القطاع رغم زيادة الأسعار مؤخرًا.

ونجحت إيديتا في تنمية حصتها السوقية بقطاع الويفر لتبلغ ٩,٢٪ خلال الشهور الأربعة الأولى من عام ٢٠١٧ مقابل ٧,٨٪ خلال نفس الفترة من العام الماضي، وتحتل الشركة حاليًا المركز الثالث بين منتجي الويفر في مصر بعد أن كانت تحتل المركز الرابع خلال الربع السابق، رغم الاستقرار النسبي في حجم سوق الويفر الذي ارتفع بمعدل ٠,٧٪ فقط ليبلغ ٦٦٧,٥ مليون جنيه في أبريل ٢٠١٧. وينطبق الأمر نفسه على سوق الحلويات حيث نجحت إيديتا في تنمية حصتها السوقية من ١١,٢٪ بنهاية أبريل ٢٠١٦ إلى ١٧,٦٪ خلال الشهور الأربعة الأولى من العام الجاري، لتحتل بذلك صدارة سوق الحلويات في مصر.

قطاعات مختارة بسوق الأغذية الخفيفة في مصر

القطاع	٤ أشهر ٢٠١٦ (مليون جم)	٤ أشهر ٢٠١٧ (مليون جم)	التغيير ٪
الكيك	٦٥٩	٨٦٤	٣١,١٪
الكرواسون	٣٧٦	٤١٧	١٠,٧٪
التسالي المالحة	٢,٨١١	٣,٠٠٢	٦,٨٪
*المقرمشات**	١٢٩	٢١٤	٦٦,٠٪
الويفر	٦٦٣	٦٦٨	٠,٧٪
الحلويات	٢٣٢	١٨٨	-١٩,١٪
إجمالي حجم السوق	**٤,٧٤٠**	**٥,١٣٧**	٨,٤٪

* تمثل المقرمشات حوالي ٧,١٪ من سوق التسالي المالحة
المصدر : AC Nielsen Retail Audits

		الترتيب في السوق	الحصة السوقية أربع أشهر ٢٠١٧	الحصة السوقية أربع أشهر ٢٠١٦	متوسط السعر (جم / دولار)	العلامات
٨٧٪ من إيرادات الربع الثاني ٢٠١٧	الكيك	#١	٥٧,٢٪	٥٦,٩٪	٠,٠٩ / ١,٦٨	TODO
	الكرواسون	#١	٦٠,٤٪	٧١,٦٪	٠,١١ / ٢,٠٠	
	المقرمشات	#٢	٤٧,٨٪	٣٧,٠٪	٠,١٢ / ٢,١٣	
	الويفر	#٣	٩,٢٪	٧,٨٪	٠,١١ / ٢,٠٠	Freska
	الحلويات	#١	١٧,٦٪	١١,٢٪	٠,٢٢ / ٣,٩٧	

المصدر : تقرير AC Nielsen Retail Audit, IPSOS أبريل ٢٠١٧
١. الدولار = ١٨,١٤ جنيه مصري، وفقًا لسعر الصرف في ٣٠ يونيو ٢٠١٧ (البنك المركزي المصري).

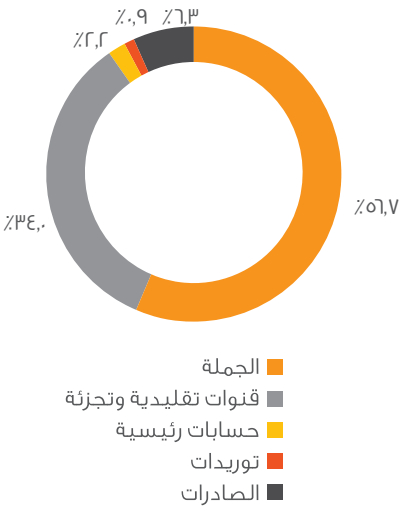
قطاع التسويق

ركزت استراتيجية التسويق خلال أول ستة أشهر من عام ٢٠١٧ على إطلاق حملات الدعاية المكثفة بهدف دعم وترويج المنتجات الجديدة وتنمية معدلات الطلب. كما ركزت الحملات التسويقية التي تم إطلاقها خلال النصف الأول على التعريف بمنتجات الشركة وتنمية وعي الجمهور من خلال توزيع عينات من تلك المنتجات على المستهلكين.

وقد ركزت جهود التسويق خلال النصف الأول من العام الجاري على تحديث العلامة التجارية لمنتجات فريسكا، حيث أثمرت الحملة عن تقديم منتجات فريسكا في عبوات مميزة تعكس علامتها الجديدة، علمًا بأنه تم أيضًا إطلاق ٢ وحدة بيعية جديدة لمنتجات فريسكا تشمل فريسكا – ويفر محشو بكريمة الحلاوة، وفريسكا – ويفر بكريمة الحلاوة مغطى بالشوكولاتة البيضاء. وبالإضافة إلى ذلك قامت الشركة خلال يوليو ٢٠١٧ بإطلاق منتج فريسكا فينجرز ، وهو ويفر غير مغطى بالشوكولاتة ومتوفر بنكهات البندق والحلاوة والشوكولاتة.

وعلاوة على ذلك شهد النصف الأول من عام ٢٠١٧ إطلاق منتج كرواسون مولتو بكريمة البندق ومنتجين جديدين بقطاع الكيك تحت علامة هوهوز (كيك ملفوف ومحشو بالشوكولاتة أو الجيلي بطعم الفراولة والكريمة)، وأيضًا تودو بار شوكولاتة، وتودو بار فانيليا، ونكهتين جديدتين لمنتج توينكيز اكسترا (شوكولاتة وفراولة). كما قامت إيديتا بإطلاق منتجين جديدين بقطاع الكرواسون تحت علامة مولتو (ميني ميكس – كرواسون بالفراولة والكريمة) و(ميني ميكس – كرواسون بالشوكولاتة والكريمة)، فضلاً عن إطلاق نكهة جديدة من منتج بيك رولز (تشيز مكس) بقطاع المقرمشات.
وقد لاقت المنتجات الجديدة استحسان جمهور المستهلكين وبما يتجاوز توقعات الشركة، بفضل القدرات الفريدة التي يتميز بها قطاع البحث والتطوير الذي يعد الركيزة الأساسية لاستراتيجية التسويق التي تتبناها إيديتا. وعلى هذه الخلفية تعتزم الشركة مواصلة إطلاق المنتجات الجديدة بالتوازي مع التوسع في أسواق جديدة تحظى بإمكانات نمو واعدة.

توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع
الربع الثاني ٢٠١٦



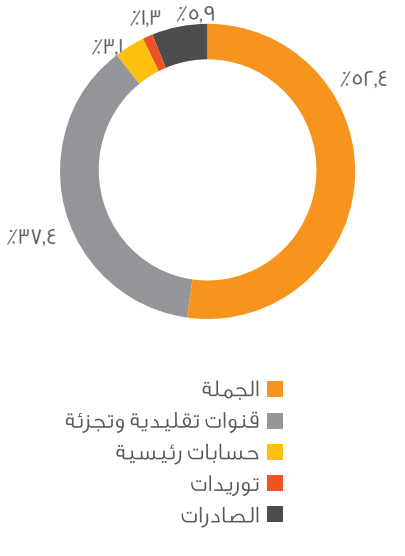
متوسط أسعار الوحدات البيعية

	٦ أشهر ٢٠١٦	٦ أشهر ٢٠١٧	التغيير ٪
الكيك	٠,٩١	١,٦٨	٪٨٤,٦
الكرواسون	١,١٨	٢,٠٠	٪٦٩,٥
المقرمشات	١,٠٥	٢,١٣	٪١٠٢,٩
الويفر	١,٠٠	٢,٠٠	٪١٠٠,٠
الحلويات	٣,٠٢	٣,٩٧	٪٣١,٥
إجمالي	**١,٠٤**	**١,٩٠**	**٪٨٢,٧**

قطاع المبيعات والتوزيع[٣]

تضع إيديتا على رأس أولوياتها تحسين كفاءة منظومة التوزيع من خلال تنمية إيرادات البيع بالتجزئة والقنوات التقليدية على حساب تجار الجملة، مما سيمكن الشركة من الاقتراب قدر المستطاع من نبض السوق ومعرفة التوجهات السائدة، فضلاً عن الاستفادة من سرعة تقبل ارتفاع الأسعار من جانب تجار التجزئة وبالتالي التعجيل بخطة تنويع الفئات السعرية لمنتجات الشركة سعيًا لملاءمة احتياجات الشرائح السوقية المختلفة ولا سيما تلبية الطلب غير المستوفى خارج المحافظات والمدن الكبرى. وقد قامت إيديتا بزيادة عدد شاحنات التوزيع إلى ٦٠٣ شاحنة بنهاية يونيو ٢٠١٧ (مقابل ٥٧٧ شاحنة خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦) بالإضافة إلى توظيف مراكز التوزيع البالغ عددها ٢١ مركز في زيادة وصول منتجات الشركة إلى أكبر عدد من المستهلكين. وبلغ عدد المنافذ التي تتعامل معها الشركة بصورة مباشرة ٦٥,١٤٧ منفذًا بنهاية الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو ما يعكس التزام الشركة بالتوسع في نطاق تغطية شبكة التوزيع في جميع أنحاء الجمهورية.

توزيع الإيرادات حسب قنوات التوزيع
الربع الثاني ٢٠١٧



وقد ظهر المردود الإيجابي لهذه الخطوات في نمو مساهمة منافذ التجزئة إلى ٣٧,٤٪ من إجمالي إيرادات الربع الثاني من عام ٢٠١٧ مقابل ٣٤,٠٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦. وعلى هذه الخلفية بلغت مبيعات التجزئة ٢٢٨,١ مليون جنيه خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٦,٤٪. ومن ناحية أخرى انخفضت مبيعات الجملة بمعدل سنوي ٢,٢٪ خلال الربع الثاني من ٢٠١٧، لتمثل مساهمتها ٥٢,٤٪ من إجمالي إيرادات الربع الثاني مقابل ٥٦,٧٪ خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٦. وخلال النصف الأول من ٢٠١٧، ارتفعت مبيعات الجملة إلى ٦٢٧,٣ مليون جنيه وهو نمو سنوي بمعدل ٢,٠٪، ويمثل ذلك ٥٠,١٪ من إجمالي مبيعات الشركة مقابل ٥٦,٠٪ خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦، بينما بلغت مبيعات التجزئة ٤٨٥,٢ مليون جنيه وهو نمو سنوي بمعدل ٢٩,٩٪ ويمثل ذلك ٣٨,٨٪ من إجمالي إيرادات النصف الأول خلال عام ٢٠١٧. وبلغت مساهمة التوريدات والحسابات الرئيسية ٤,٤٪ من إجمالي إيرادات الربع الثاني من عام ٢٠١٧ وهو نمو بمعدل سنوي ٤٨,١٪ إلى ٢٦,٧ مليون جنيه.

وفي إطار مساعي إيديتا لترسيخ مكانتها على المستوى الإقليمي كأحد المحاور الرئيسية باستراتيجيتها التطلعية، تقوم الإدارة حاليًا بدراسة فرص التوسع بأنشطة التصدير على الساحة الإقليمية. وقد بلغت إيرادات التصدير ٨٢,٨ مليون جنيه خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، وهو نمو سنوي بمعدل ١٣,١٪ وبما يعادل ٦,٦٪ من إجمالي الإيرادات. وخلال الربع الثاني منفردًا استقرت إيرادات التصدير عند نفس مستويات العام الماضي لتبلغ ٣٥,٨ مليون جنيه وبما يمثل ٥,٩٪ من إجمالي الإيرادات.

قطاع الإمداد والتوريد

تضع إدارة التوريد على رأس أولوياتها تعظيم الكفاءة التشغيلية وتعزيز هيكل التكاليف بمختلف القطاعات الإنتاجية من أجل تجاوز التحديات التي تخيم على المشهد الاقتصادي في الوقت الحالي. وبالفعل نجحت إدارة التوريد في تأمين احتياجات الشركة من الخامات بأسعار تنافسية خلال الربع الثاني فضلًا عن مد فترة بعض التعاقدات الحالية حتى نهاية العام بنفس الأسعار الواردة في التعاقدات رغم الضغوط التضخمية التي أدت إلى زيادة أسعار جميع المنتجات، مستفيدة من العلاقة الوطيدة التي تحظى بها الشركة مع قاعدة واسعة ومتنوعة من الموردين. وبعد أن نجحت إدارة البحث والتطوير في تأمين احتياجات الشركة من الدقيق المحلي، تسعى الشركة إلى تقليل الاعتماد على مكونات ومدخلات الإنتاج المستوردة الأخرى بهدف تقليص حاجة الشركة لتأمين العملة الصعبة.

(٣) توزيع الإيرادات حسب قنوات البيع يعكس مجمل المبيعات.

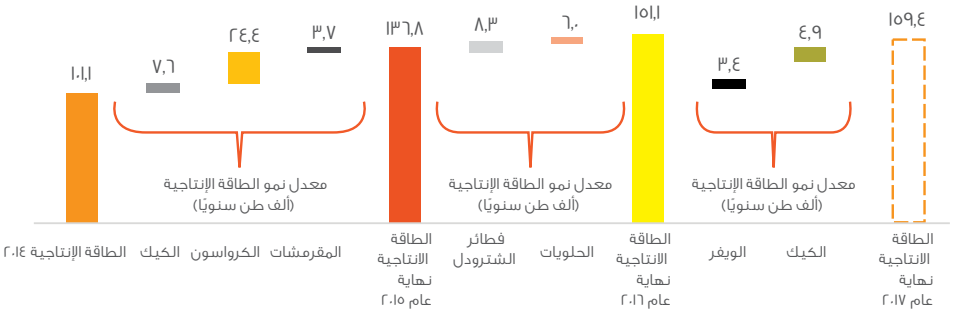
وقد مثلت الخامات المستوردة ٢٢٪ من إجمالي تكاليف الخامات المباشرة خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، مقابل ٢٦٪ خلال الربع الثاني من العام الماضي. وخلال النصف الأول من عام ٢٠١٧، مثلت الخامات المستوردة ٢١٪ من إجمالي التكاليف المباشرة مقابل ٢٦٪ خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦. ولا تزال المواد الخام تمثل نصيب الأسد من الخامات المباشرة، حيث استحوذت منفردة على ٧٠,٣٪ من إجمالي تكلفة الخامات المباشرة خلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧ (٧١,٨٪ خلال النصف الأول من ٢٠١٧)، فيما مثلت خامات التعبئة والتغليف نسبة ٢٩,٧٪ المتبقية (٢٨,٢٪ خلال النصف الأول من ٢٠١٧).

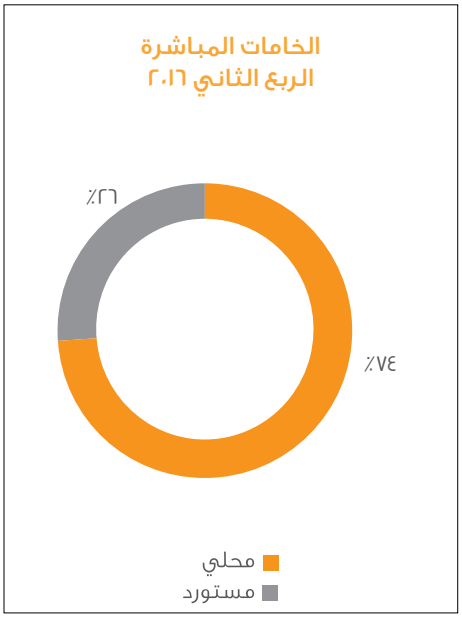
العمليات الصناعية

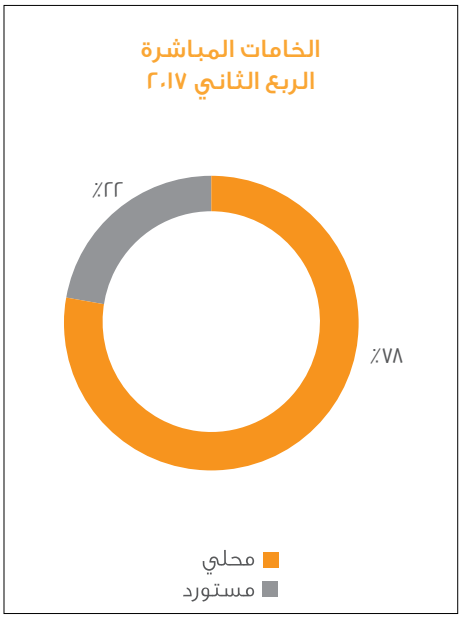
نجحت إيديتا في تنويع باقة المنتجات وطرح وحدات بيعية جديدة بنكهات إضافية خلال الربع الثاني، مستفيدًة من وفورات الطاقة الإنتاجية والتحسينات التشغيلية المستمرة بمصانع الشركة، حيث تهدف هذه الخطوة إلى استعادة معدلات الإنتاج السابقة مع تنمية الحصة السوقية للشركة بسوق الأغذية الخفيفة المصري.

وقد افتتحت إيديتا المرحلة الأولى من المصنع الجديد E08 في يوليو ٢٠١٧ بتشغيل خط الإنتاج الجديد لمنتجات الويفر بطاقة إنتاجية ٣,٣ ألف طن سنويًا، وهو أول خطوط الإنتاج التي تم تشغيلها بالمصنع، علمًا بأن المرحلة الأولى سوف تستوعب ٥ خطوط إنتاج على أن يضم المصنع ١١ خط إنتاج جديد بعد الانتهاء من المرحلة الثانية. وتجدر الإشارة إلى أن الشركة تقوم حاليًا بتركيب خط جديد لإنتاج الكيك على أن يبدأ النشاط الإنتاجي خلال النصف الثاني من ٢٠١٧. وسوف يعزز المصنع الجديد من قدرة الشركة على التوسع بباقة المنتجات عبر تقديم وحدات بيعية جديدة من تشكيلة المنتجات الحالية بالتوازي مع الاستفادة من الخبرات الهائلة التي ينفرد بها قطاع البحث والتطوير في إطلاق المنتجات الابتكارية الجديدة.

معدل نمو الطاقة الإنتاجية خلال الفترة من عام ٢٠١٤ – ٢٠١٧







الموارد البشرية

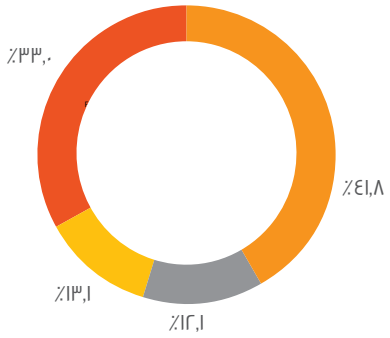
تحرص الشركة على الارتقاء بفريق العمل الذي يضم ٥٥٢٠ موظف، وبالتالي قامت إيديتا بصرف مكافآت الإثابة لجميع الموظفين وفقًا لأدائهم بالإضافة إلى بدلات غلاء المعيشة من أجل تعويض الأثر الناجم عن الضغوط التضخمية وارتفاع الأسعار. وقد انعكس المردود الإيجابي للدعم المتواصل الذي تقدمه الشركة في اقتصار معدل دوران العمالة والموظفين على ١,١٥٪ خلال النصف الأول من ٢٠١٧.

وفي إطار التزام الشركة بتبني مبادرات التنمية المستدامة ومراعاة المردود البيئي والمجتمعي للأنشطة الاستثمارية المختلفة على المجتمعات المحيطة بعملياتها، اكتسبت الشركة عضوية مبادرة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة (UNGC) في يوليو ٢٠١٧، وهي أكبر مبادرة تطوعية في العالم لأعمال المسئولية الاجتماعية، حيث تضم المبادرة مؤسسات غير ربحية وشركات ومنظمات ربحية يربو عددها على ١٢ ألف مؤسسة من ١٤٥ دولة. وتعتبر تلك المبادرة بمثابة خطة عمل استراتيجية للشركات بهدف الموائمة بين نظام الحوكمة ونموذج الاستدامة الذي تتبناه تلك الشركات مع المبادئ العشرة التي تعتمدها مبادرة الاتفاق العالمي للأمم المتحدة في قضايا حقوق الإنسان والعمالة وحماية البيئة ومكافحة الفساد والتي تعتبرها إيديتا جزء لا يتجزأ من صميم استراتيجية النمو التي تتبناها.

شركة إيديتا للصناعات الغذائية

تأسست شركة «إيديتا للصناعات الغذائية» عام ١٩٩٦، وهي شركة رائدة في قطاع الصناعات الغذائية المعبأة آليًا بالسوق المصري. تتخصص شركة «إيديتا» في إنتاج وتصنيع وتسويق وتوزيع المخبوزات، بما في ذلك الكيك والكرواسون والرقائق المخبوزة (المصنعة من الدقيق) وبسكويت الويفر وكذلك الحلويات الجافة والطوفي والجيلي والكراميل، حيث تضم محفظة الشركة عددًا من العلامات التجارية المحلية الرائجة مثل «مولتو» و«تودو» و«بيك رولز» و«بيك ستيكس» و«فريسكا» و«ميميكس»، كما تمتلك عددًا من العلامات التجارية الدولية ومنها «تونيكيز» و«هوهوز» و«تايجر تيل» في مصر وليبيا والأردن وفلسطين والمغرب والجزائر وتونس وسوريا ولبنان والعراق والبحرين وعمان والإمارات والكويت وقطر والسعودية، وتمتلك كذلك حقوق التصنيع والمعرفة الفنية والتقنية على الساحة الإقليمية لباقة إضافية تضم ١١ منتج من منتجات شركة «هوستس براندز» الدولية. وتحظى شركة «إيديتا» بأكبر حصة سوقية في أسواق الكيك والكرواسون المعبأ آليًا، وتحتل المركز الثاني في سوق الرقائق والمقرمشات المخبوزة مع تعظيم حصتها في شرائح بسكويت الويفر والحلويات. وخلال الربع الثاني من عام ٢٠١٧، توزعت مبيعات الشركة بواقع ٩٤٪ تقريبًا للسوق المحلي مع توجيه قرابة ٦٪ المتبقية لأسواق التصدير وعلى الأخص في الدول العربية المجاورة. لمزيد من المعلومات يرجى زيارة الموقع الإلكتروني: ir.edita.com.eg

هيكل المساهمين اعتبارًا من ٣٠ يونيو ٢٠١٧



التصريحات التطلعية:

يحتوى هذا البيان على تصريحات تطلعية. التصريح التطلعى هو أي تصريح لا يتصل بوقائع او احداث تاريخية، و يمكن التعرف عليه عن طريق استخدام مثل العبارات و الكلمات الاتية «وفقا للتقديرات»، «تهدف»، «مرتقب»، «تقدر»، «تتحمل»، «تعتقد»، «قد»، «التقديرات»، «تفترض»، «توقعات»، «تعتزم»، «ترى»، «تخطط»، «ممكن»، «متوقع»، «مشروعات»، «ينبغي»، «على علم»، «سوف»، او في كل حالة، ما ينفيها او تعبيرات اخرى مماثلة التي تهدف الى التعرف على التصريح باعتباره تطلعى. هذا ينطبق، على وجه الخصوص، إلى التصريحات التي تتضمن معلومات عن النتائج المالية المستقبلية او الخطط أو التوقعات بشأن الأعمال التجارية والإدارة، والنمو أو الربحية والظروف الاقتصادية والتنظيمية العامة في المستقبل وغيرها من المسائل التي تؤثر على شركة ايديتا للصناعات الغذائية ش.م.م. («الشركة»).

التصريحات التطلعية تعكس وجهات النظر الحالية لإدارة الشركة («الادارة») على احداث مستقبلية، والتي تقوم على افتراضات الإدارة وتنطوي على مخاطر معروفة وغير معروفة، ومجهولة وغيرها من العوامل التي قد تؤثر على ان تكون نتائج الشركة الفعلية او أداءها أو إنجازاتها مختلفا اختلافا ماديا عن أي نتائج في المستقبل، او عن أداء الشركة أو انجازاتها الواردة في هذه التصريحات التطلعية صراحة أو ضمنا. قد يتسبب تحقق أو عدم تحقق هذا الافتراض في اختلاف الحالة المالية الفعلية للشركة او نتائج عملياتها اختلافا جوهريا عن هذه التصريحات التطلعية، أو عدم توافق التوقعات سواء كانت صريحة او ضمنية.

تخضع أعمال الشركة لعدد من المخاطر والشكوك التي قد تتسبب في اختلاف التصريح التطلعى او التقدير أو التنبؤ اختلافا ماديا عن التصريحات التطلعية الواردة في هذا البيان سواء صراحة او ضمنا. المعلومات والآراء والتصريحات التطلعية الواردة في هذا البيان تعبر فقط عن وقت صدور هذا البيان وتخضع للتغيير دون إخطار. و لا تتعهد الشركة بأي التزام فيما يخص مراجعة او تحديث او تأكيد أو الاعلان عن أي تعديلات على أي من التصريحات التطلعية لتعكس الأحداث التي تتم أو الظروف التي تنشأ فيما يتعلق بمضمون هذا البيان.

للاستعلام والتواصل

الأستاذة / منة شمس الدين
رئيس علاقات المستثمرين وتطوير الأعمال

تليفون: ٦٤٦٤ ٣٨٥١ ٢٠٢+
موبايل: ٢٤٢٨ ١٥٤ ٠ ٢٠١٠+
menna.shamseldin@edita.com.eg

الأستاذة / ياسمين غُبريال
مسئول علاقات المستثمرين

تليفون: ٦٤٦٤ ٣٨٥١ ٢٠٢+
موبايل: ٣٩٣٥ ٧٥٦ ٢ ٢٠١٢+
yasmine.ghobrial@edita.com.eg